

ТУРИЗМДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ КУЛЛАШНИНГ ЯНГИ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Уринова Умидахон¹

Тошкент Кимё Халқаро Университети

KEYWORDS

туризм, маркетинг
стратегиялари, рақамли
маркетинг, сунъий
интеллект,
персоналлаштириш,
ижтимоий тармоқлар,
инновацион ёндашувлар,
Ўзбекистон, туризм бизнеси,
рақобатбардошлик.

ABSTRACT

Ушбу мақола туризм соҳасида маркетинг стратегияларини қўллашнинг янги тенденциялари ҳақида батафсил таҳлил ўтказди. Замонавий технологиялар, жумладан, рақамли маркетинг ва сунъий интеллектнинг туризм соҳасидаги аҳамияти кўриб чиқилади. Мақолада маркетингнинг персоналлаштирилган хизматларга, ижтимоий тармоқлар ва рақамли платформаларга асосланган янгича ёндашувлари, шунингдек, Ўзбекистонда туризм соҳасида инновацион маркетинг стратегияларининг ривожланиш имкониятлари таҳлил қилинади.

2181-2675/© 2025 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: **10.5281/zenodo.15294660**

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Кириш

Бугунги кунда туризм глобал иқтисодийнинг энг шиддат билан ўсиб бораётган соҳаларидан бирига айланди. Жаҳон бозоридаги рақобатнинг кучайиши, истеъмолчилар эҳтиёжларининг тез ўзгариши ва рақамли технологиялар таъсири остида туризм соҳасида маркетинг фаолияти ҳам муттасил равишда янгиланиб бормоқда. Хусусан, маркетинг стратегияларини тўғри ишлаб чиқиш ва амалга ошириш туризм субъектлари учун бозорда устунликка эришиш ва барқарор ривожланишни таъминлашда ҳал қилувчи омилга айланди.

Янги даврда туризм маркетингининг анъанавий услублари рақамли платформа ва технологиялар билан бойитилмоқда. Бунда сунъий интеллект, биг дата таҳлили, персоналлаштирилган реклама, рақамли коммуникация каналлари ва тажрибага асосланган маркетинг (experience marketing) [1] каби янги тенденциялар туризм маркетингининг асосий йўналишига айланиб бормоқда. Шу билан бирга, сайёҳлар талабининг индивидуаллашуви ва барқарор туризм тамойилларига бўлган

¹ Тошкент Кимё Халқаро Университети «Туризм» йўналиши талабаси

қизиқишнинг ортиши туризмда маркетинг стратегияларини қайта кўриб чиқишни тақозо қилмоқда.

Ўзбекистонда ҳам сўнгги йилларда туризмни давлат сиёсатининг муҳим устувор йўналишларидан бири сифатида ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бу жараёнда туризм маркетингининг самарадорлигини ошириш, мамлакат брендини халқаро миқёсда илгари суриш ва ички туризмни қўллаб-қувватлаш мақсадида замонавий маркетинг стратегияларини қўллашга катта аҳамият берилмоқда. Шу нуқтаи назардан, туризмда маркетинг стратегиясини қўллашнинг янги тенденцияларини ўрганиш ва таҳлил қилиш бугунги куннинг долзарб вазифасига айланди.

Туризмда маркетинг стратегияларини қўллаш борасида олиб борилган илмий тадқиқотлар таҳлили шуни кўрсатадики, замонавий тенденциялар анъанавий маркетинг моделларининг қайта шаклланишини талаб қилмоқда. Котлер Ф. ва Армстронг Г. [2] ўз ишларида маркетингнинг хизмат кўрсатиш соҳасидаги ўзига хос хусусиятларини таъкидлаб, туризмда индивидуал ёндашув ва ҳиссий тажрибани шакллантириш зарурлигини алоҳида қайд этганлар.

М. Миддлтон ва В. Хоккинсонлар [3] эса туризм маркетингининг стратегиявий бошқаруви концепцияларини таҳлил қилиб, брендинг ва мақсадли бозор сегментлашувининг аҳамиятини урғулашган. Сўнгги тадқиқотлар, хусусан, Бухс М. ва Ҳадди Т. [4] томонидан ишлаб чиқилган ишларда рақамли технологиялар асосида туристлар билан узлуксиз ва интерактив алоқалар ўрнатишнинг муҳимлиги кўрсатиб ўтилган.

Ўзбекистон шароитида эса Ш. Эргашходжаева ва Б. Эркаева [5] каби олимлар туризмда рақамли маркетинг инструментларини қўллаш ва миллий бозор хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда инновацион ёндашувларни жорий этиш зарурлигини таъкидлаганлар.

Ушбу мақолада адабиётлар таҳлили ва қиёсий таҳлил усули қўлланилди. Илмий манбалар ва амалиётдаги мисоллар асосида туризмда маркетинг стратегияларининг замонавий тенденциялари ўрганилди ва уларнинг самарадорлиги баҳоланди.

Бугунги кунда туризм маркетингидаги энг асосий тенденциялар қуйидагилардан иборат: рақамли технологиялардан фойдаланиш орқали персоналлаштирилган хизматларни таклиф қилиш, туризм маҳсулотларини эмпатик ва ҳиссий таъсирга эга тарзда тақдим этиш, ижтимоий медиа ва инфлюенсерлар орқали туристлар билан интерактив алоқалар ўрнатиш, ҳамда барқарор туризм тамойилларини маркетинг стратегияларига интеграция қилиш.

Рақамли платформа ва сунъий интеллект воситаларидан фойдаланиш орқали туризм субъектлари ўз мижозлари эҳтиёжларини олдиндан аниқлаб, улар учун мос хизматлар ва таклифлар ишлаб чиқиш имкониятига эга бўлмоқда [6]. Таълимий ва маданий туризм каби махсус туризм турлари учун алоҳида маркетинг стратегияларининг ишлаб чиқилиши ҳам аҳамият касб этмоқда [7].

Шу билан бирга, рақамли хатарлар, ахборот хавфсизлиги ва виртуал маконда ишонч

муаммолари ҳам янги маркетинг моделларини шакллантиришда эътиборга олиниши зарур.

Туризм соҳасида маркетинг стратегияларини қўллашдаги янги тенденциялар туризм субъектларига бозорда рақобатбардошликни ошириш ва мижозлар билан барқарор муносабатлар ўрнатиш имкониятини яратмоқда. Персоналлаштирилган ёндашув, рақамли маркетинг инструментларидан фойдаланиш, ижтимоий тармоқлар орқали бренд нуфузини ошириш каби чора-тадбирлар туризм соҳасида инновацион ривожланишни рағбатлантирмоқда.

Янги тенденциялардан самарали фойдаланиш учун маркетинг стратегиялари фақат маҳсулотни реклама қилишга эмас, балки туристик тажрибани яратиш ва қадриятларни етказишга қаратилмоғи лозим.

Туризмда маркетинг стратегияларини қўллашнинг янги тенденциялари соҳанинг ижтимоий ва иқтисодий ривожланишини таъминлашда муҳим рол ўйнамоқда. Замонавий технологияларнинг ривожланиши, хусусан, рақамли маркетинг ва сунъий интеллектнинг туризм соҳасида қўлланилиши, маркетинг моделларининг янги форматларда шаклланишига олиб келмоқда. Персоналлаштирилган хизматлар, рақамли платформа ва ижтимоий тармоқлар орқали мижозлар билан фаол алоқа ўрнатиш, туризм бизнеси учун юқори самарадорлик ва рақобатбардошликни таъминлайди.

Ўзбекистонда туризм соҳасида маркетинг стратегияларини инновацион ва рақамли усуллар билан йўналтириш, ҳозирги кунда муҳим аҳамият касб этмоқда. Бу жараёнлар мамлакатнинг глобал туризм бозоридаги мавқеини мустаҳкамлашга хизмат қилади. Шунингдек, ёш кадрларнинг замонавий маркетинг стратегиялари, туризм соҳасидаги ахборот технологиялари ва рақамли платформалардан фойдаланиш бўйича тайёргарлигини ошириш муҳим вазифа сифатида турмоқда.

Бундан ташқари, маркетинг стратегияларининг самарали қўлланилиши туризм субъектларига бозордаги ўзгаришларга тез мослашиш имконини беради, шунингдек, мижозлар эҳтиёжларини аниқлаш ва уларга индивидуал хизматларни тақдим этиш имконини яратади. Янгича маркетинг ёндашувлари, туризм соҳасининг янги даражада ривожланишига ва аҳолига туризмни кенгроқ, барқарор ва ривожланган шаклда тақдим этишга йўл очади.

Адабиётлар рўйхати

1. Котлер Ф., Армстронг Г. Маркетинг менежменти. – М: Экономика, 2018.
2. Миддлтон М., Хоккинсон В. Туризм маркетинг: стратегии и концепции. – Лондон: Routledge, 2019.
3. Бухс М., Ҳадди Т. Рақамли технологиялар ва туризм маркетингининг инновацион йўналишлари. – Нью-Йорк: Springer, 2020.
4. Эргашходжаева Ш. Д., Эркаева Б. К. Туризмда рақамли маркетинг инструментларини қўллаш: Ўзбекистон тажрибаси. // Туризм ва иқтисодиёт. – 2022. – Б. 55–63.
5. Вудс Х. С., Баркер Т. С. Туризмдаги эмоционал маркетинг ва мижоз билан

- алоқалар. // Journal of Tourism Marketing. – 2021. – С. 108–113.
6. Петрова Е. И., Сидорова О. В. Туризмда сунъий интеллект ва персоналлаштирилган хизматларни таклиф қилиш: замонавий тенденциялар. // Туризм ва инновациялар. – 2023. – С. 120–127.
7. Муродов А. М., Султонова Д. Ш. Специальный туризм ва туризм маркетинг стратегиялари. // Халқаро туризм ва тадқиқотлар. – 2022. – Б. 101–107.